

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang bertujuan untuk kebaikan seluruh umat manusia baik di dunia maupun di akhirat. Segala sesuatu sudah diatur oleh syariat, Allah sudah mengatur segala apa yang boleh dan apa yang dilarang. Mencakup menjauhi apa yang sudah dilarang, menggunakan produk yang berbau haram. Karena menggunakan produk yang haram dapat menimbulkan kemudharatan dan membahayakan bagi diri sendiri.

Sertifikat halal dapat diartikan sebagai fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menjelaskan kehalalan satu produk yang sesuai dengan syariat islam. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Labelisasi halal mempunyai tujuan untuk memenuhi tuntutan pasar (konsumen) secara universal.¹

Labelisasi halal secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk bank syariah tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. (Sujana, 2013:1). Dijelaskan dalam Q.S. Al Baqarah : 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal diperuntukkan bagi

¹ Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Sertifikasi Halal*, (Departemen Agama RI, Jakarta, 2003)

segalasesuatuyangbaikdanbersihyangdimakanataudikonsumsiolehmanusia menurut syariat islam. Lawan halal adalah haram yang berarti “tidak dibenarkanataudilarang” menurut syariat islam.²

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin). Kebanyakan perusahaan banyak berlomba untuk mendaftarkan produknya ke LPOM MUI untuk mensertifikasi kehalalan produknya. Dari periode tahun ke tahun produk yang bersertifikat halal terus meningkat. Berikut data sertifikat halal LPOM MUI tahun 2012-2019.³



Sumber :LPPOM MUI

²Agustian,danSujana. *PengaruhLabelisasiHalalTerhadapKeputusanPembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Walls Conello*. Jurnal IlmiahManajemen. Vol, 1 No, 1. (2013). 1.

³ Azhari Akmal Trigan. Etika dan Spiritualitas Bisnis. (FEBI UIN-SU Press, 2016)

Gambar 1.1
Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI Periode 2012–2019

Seorang muslim diwajibkan untuk menggunakan produk yang halal. Kehalalan merupakan patokan utama dalam proses pemilihan produk salah satunya adalah produk yang ada di perbankan syariah. Oleh karena itu, produk perbankan menjadikan jawaban bagi masyarakat muslim untuk menggunakan produk yang sesuai dengan syariat. Kinerja perbankan Syariah menunjukkan pertumbuhan yang cukup positif di tengah dampak pandemi Covid-19 sehingga market share naik menjadi 6,51%. Tantangan perbankan syariah adalah masih rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap produk keuangan syariah, ditunjukkan dengan masih rendahnya Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Indonesia.

Tabel 1.1
Persentase produk halal dari tahun 2018-2021

| Negara | Persentase |
|--------|------------|
| 2018 | 14,15% |
| 2019 | 13,85% |
| 2020 | 22,79% |
| 2021 | 24,54% |

Dapat dilihat tabel 1.1 bahwa produk halal di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat di Indonesia terutama kaum muslim kesadaran terhadap produk halal juga semakin meningkat. Seiring dengan *trend*, masyarakat terutama kaum muslim di Indonesia mulai memperhatikan produk yang berbasis halalan toyyiban sebagai kebutuhan utama. Banyak sekali jenis-jenis produk perbankan yang beredar di Indonesia mulai dari produk konvensional hingga ke produk syariah. Pada tahun 2018 berada pada kuartal 14,15% persen. Presentase ini meningkat dibandingkan pada 2018 yang tumbuh menjadi 13,85% persen pada tahun 2019. Persentase terus meningkat pada tahun 2020 yaitu tumbuh menjadi 22,79% dari tahun sebelumnya. Kemudian naik lagi menjadi 24,54% pada tahun 2021. Namun masih banyak masyarakat yang menggunakan produk yang tidak sesuai dengan syariat islam dan

tidak tercantum label halal atas kurangnya kepedulian mereka terhadap produk syariah.

Mengingat jumlah penjualan produk perbankan yang semakin meningkat, penulis mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian tentang keputusan konsumen dalam membeli produk berlabel halal telah banyak dilakukan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Anis Choriroh (2019) tentang *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan pembelian Produk Berlabel Halal Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*. Shovi Sadzalia (2015) Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang. Siti Mutaalimah (2018) tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pembelian Produk Kecantikan Sariayu Berlabel Halal.⁴

Pengetahuan produk merupakan wawasan yang dimiliki oleh nasabah untuk mengonsumsi produk tertentu. Konsumen mengonsumsi produk yang memiliki label halal karena mempersepsikan produk-produk tersebut telah sesuai dengan keyakinannya akan kualitas produk tersebut, bahwa produk itu baik, memiliki manfaat dan tidak merugikan untuk dikonsumsi. Variabel Pengetahuan produk digunakan dalam penelitian ini karena pengetahuan produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seorang nasabah.⁵ Ketika seorang nasabah mengetahui informasi atau atribut dari suatu produk maka ia akan cepat dalam memutuskan pembelian atau tidak informasi atau atribut dari suatu produk maka ia akan cepat dalam memutuskan pembelian atau tidak.

Dalam pembelian produk halal religiusitas juga merupakan salah satu faktor dalam keputusan penggunaan. Nasabah yang memiliki religiusitas yang tinggi akan selektif dalam memilih produk halal untuk dikonsumsi, baik itu dikonsumsi dalam tubuh maupun diluar tubuh. Penelitian terdahulu menyebutkan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pada produk

⁴ Azhari Akmal Tarigan. Tafsir Ayat Ekonomi. (FEBI UIN-SU Press, 2019)

⁵ Rochmanto, B. Al, Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dala Niat Mengonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal (Studi Kasus di Kota Semarang). (Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2014)

kosmetik Safi di kota Semarang (Anis Choriroh, 2019). Namun dalam penelitian (Shovi Sadzalia, 2015) menyebutkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik kota Malang. Kemudian pada penelitian (Siti Mutaalimah, 2018) menyebutkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan dan negative terhadap perilaku pembelian pada produk kecantikan Sariayu berlabel halal.

Minat adalah proses awal yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebelum melakukan keputusan pembelian, apabila konsumen telah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya sehingga timbul keinginan untuk memiliki dan tertarik untuk membeli produk atau jasa maka konsumen akan pengambilan keputusan pembelian untuk memperoleh produk atau jasa tersebut. Variabel minat beli digunakan dalam penelitian ini minat juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah. indonesia Minat seseorang dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap merk atau produk yang secara langsung juga dapat mempengaruhi keputusan penggunaan.

Penggunaan produk bank syariah digunakan banyak orang karena memiliki pengaruh yang sangat signifikan, yaitu memberikan rasa aman dan nyaman bagi para pengguna produk halal dan jauh dari unsur haram, bagi produsen bank syariah berguna untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap produk-produk mereka. Lalu, produk bank syariah sebagai standarisasi dari keagamaan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Selain itu, karena sudah banyaknya pilihan dari berbagai produk konvensional yang menjadi daya saing bagi produk bank syariah.

Peneliti mengangkat tiga variabel yaitu, pengetahuan produk, religiusitas, dan minat beli karena, yang *pertama* pengetahuan produk merupakan dasar seseorang untuk membeli produk yang jelas kehalalannya, *kedua* religiusitas merupakan menjadi dasar tentang pemahaman dan ketataan dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam memilih produk halal, *ketiga* minat beli merupakan persepsi seseorang tentang bagaimana produk bank syariah apakah

berpengaruh terhadap segala kebutuhan baik agama maupun sosial.

Berdasarkan uraian kondisi dan permasalahan tersebut, maka peneliti mencoba melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah yang berlabel halal dengan judul **Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, dan Minat Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Bank Syariah Indonesia.**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti perlu membatasi penelitiannya pada empat variabel saja, yaitu variabel yang digunakan dalam keputusan penggunaan produk bank syariah indonesia. Dengan dilakukannya penelitian ini dapat mengukur seberapa banyak nasabah yang mengutamakan kehalalan produk dalam menggunakan produk bank syariah dibanding produk bank konvensional.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, telah dijelaskan bahwa masih terdapat beberapa kasus bahwa masih banyak nasabah yang paham akan label halal. Sebagai seorang nasabah muslim diwajibkan menggunakan produk yang halal.

Produk bank syariah merupakan produk yang tidak banyak dikenal orang awam, maka masih sedikit tentang pengetahuan dari masyarakat luas tentang produk halal yang ada di bank syariah. Dan tidak banyak orang peduli terhadap produk yang halal tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah minat nasabah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah pengetahuan produk, religiusitas, dan minat nasabah berpengaruh terhadap produk Bank Syariah Indonesia?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk bank yang produknya berlabel halal. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan penggunaan pada produk Bank Syariah Indonesia
- b. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan penggunaan pada produk Bank Syariah Indonesia
- c. Untuk menganalisis pengaruh minat beli terhadap keputusan penggunaan pada produk Bank Syariah Indonesia
- d. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk, religiusitas dan minat nasabah terhadap keputusan penggunaan pada produk Bank Syariah Indonesia

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan informasi serta wawasan yang cukup luas tentang faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk yang halal dan menambah wawasan dalam bidang penelitian.
- b. Diharapkan dalam hasil penelitian ini dapat menjadikan informasi dan menambah wawasan bagi pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada pihak bank agar dapat mengembangkan produk halal yang ada di bank syariah. Agar tidak ketinggalan jauh dengan produk non halal yang ada di bank konvensional. Juga bagi nasabah lebih teliti dalam menggunakan produk yang jelas kehalalannya.